

стоятельств стоит ответ «врожденное качество». Причем люди, оценивающие себя как непредприимчивые, называют этот фактор формирования предприимчивости в полтора раза чаще, чем те, которые относят себя к предприимчивым. Аналогичная ситуация с таким фактором формирования предприимчивости как «прививается и воспитывается в семье», который стоит на третьем месте (29,6% опрошенных). Предприимчивые называют этот фактор в полтора раза чаще, чем непредприимчивые. К предприимчивым себя относит в основном молодежь и люди среднего возраста. Получается, что взрослые пытаются объяснить, оправдать собственную непредприимчивость. Они как бы говорят: «С чего же мне быть предприимчивым, если в моей семье это не принято, если в семье мне с детства прививали совсем другие идеалы и образцы поведения?» Молодежь в меньшей степени, по сравнению с другими возрастными категориями, разделяет это мнение. Она видит, как перестраивается окружающая жизнь, трансформируются многие ценности, как непредприимчивым родителям приходится «подстраиваться» под современные условия и во многом меняться. Таким образом, выяснилось, что большинство респондентов согласилось с тем, что предприимчивость – поведение, сформированное в процессе жизни, под воздействием внешних, вынужденных обстоятельств.

¹ Дискин И. Е. Социокультурный базис перестройки. М., 1992. С. 47.

² Леонгард К. Акцентуированные личности. Киев, 1981. С. 61

³ Вебер М. Избранные произведения. М., 1990. С. 57.

А. В. Бехтерев

СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД НА ПРОБЛЕМУ ЛИДЕРСТВА В ОРГАНИЗАЦИИ

Интеграция России в мировую экономику, формирование и функционирование рыночных хозяйственных субъектов как открытых систем, гибкое сочетание методов государственного управления и рыночного регулирования, освоение эффективных практик управления характеризуют новую парадигму управления на современных российских предприятиях.

Трансформации современного российского общества, развитие рыночной экономики предъявляют особые требования к человеку как субъекту производственного процесса, открывают новые перспективы управления на предприятиях России. В общественном сознании происходит поворот в понимании

значения работника: от навязывания ему роли безличного винтика производства до признания субъектной, акторской природы человека в хозяйственной деятельности.

Особое внимание уделяется менеджерам – качественно новой социальной группе в пространстве российской экономики. Экономическая составляющая производственной деятельности напрямую зависит от того, насколько эффективно в практике управленческой деятельности реализуется весь лидерский потенциал работников, мобилизуются все их творческие возможности и способности создавать и внедрять инновационные решения.

Актуальность изучения лидерства как социального явления и процесса определяется прежде всего тем, что последнее представляет собой один из наиболее значимых факторов групповой интеграции, способствующих достижению групповых целей с наибольшим эффектом.

Как много вопросов в нашей стране решается через преодоление неизжитых бюрократических проволочек, исходящих из засевших в головах работников стереотипов типа «если обо мне не позаботились и не поставили определенную задачу, значит, и не нужно мне ее придумывать», «если такого нет в должностной инструкции – значит, так тому и быть и меня это не касается» и «вообще, незачем выделяться лишний раз из толпы»! Организации, живущие по принципу «куда пастух (то есть руководитель) – туда и стадо (то есть весь остальной трудовой коллектив)», неизбежно теряют свои позиции на постоянно меняющемся рынке и вообще рискуют «кануть в Лету». Выживают и развиваются сильнейшие – те, в которых чувствуется постоянный приток новых мыслей, идей и где есть работники, способные осуществить самые смелые мечты.

В результате обозначились явные противоречия между необходимостью реализации своего лидерского потенциала у наиболее активной прослойки работников и отсутствием самой возможности претворить эти замыслы в практике своей организации из-за отсутствия механизмов делегирования полномочий или стереотипов высшего руководства компании; между попытками запустить такие механизмы со стороны руководства и тем, что можно назвать вялотекущим саботажем со стороны «непродвинутого» коллектива, не желающего брать на себя дополнительную ответственность.

В этом контексте подобные теоретические рассуждения хорошо было бы проверить на практике. В апреле – июне 2006 года автором этой статьи было проведено социологическое исследование, посвященное изучению проблем лидерства в организациях с различной формой собственности города Екатеринбурга. В ходе основного исследования – анкетирования специалистов – было опрошено 500 человек. Респондентам была предложена анкета, позволяющая оценить их отношение к лидерству и лидерам в современной организации и с этой точки зрения оценить соответствие их непосредственных руководителей и руководителей организаций ряду условий и требований, выдвигаемых к современным лидерам, а также выявить их самооценку по поводу принадлежности к лидерам.

На первый и очень важный вопрос анкеты «А нужен ли лидер в современной организации?» абсолютное большинство респондентов – 92% – ответили утвердительно, тогда как лишь 2% опрошенных высказались по этому поводу отрицательно. Эти данные наглядно свидетельствуют о понимании большинством респондентов необходимости присутствия знаковой фигуры в организации.

В то же время попытка определить наличие лидерских качеств (пусть даже и в субъективных представлениях людей) у непосредственных руководителей респондентов показала, что только 56% из них обладают навыками лидера, а у 37% эти навыки отсутствуют.

Респондентам также было предложено оценить наличие лидерских качеств у директоров, начальников, управляющих предприятий и организаций: по их мнению, 62% первых лиц обладают такими качествами, а 18% – нет. Такие данные позволяют сделать двоякий вывод. С одной стороны, работники воспринимают топ-менеджеров лидерами в большей степени, чем своих непосредственных руководителей. С другой стороны, далеко не во всех организациях (особенно в крупных и имеющих сложную структуру) работники могут адекватно оценить личность топ-менеджера. Они могут просто ни разу его не видеть и с ним не общаться.

Интересно мнение работников по поводу природы формирования лидерских качеств. Так, 34% опрошенных считают, что человек становится лидером самостоятельно, осознанно стремясь к этому; 22% – что лидерами рождаются; 14% – что лидерами становятся под влиянием внешних факторов (воспитание, давление руководства и обстоятельств); 29% – что лидерами становятся при удачном стечении всех вышеперечисленных обстоятельств. Такие данные свидетельствуют, что единого мнения о природе лидерства у людей нет. Три концепции – личностного роста, давления обстоятельств (в том числе обстоятельств рождения) и смешанной природы лидерства – набрали среди респондентов примерно одинаковое количество сторонников.

Интересна и субъективная самооценка соотношения работников предприятий и организаций с лидерами. Больше половины опрошенных (68%) относят себя к лидерам! И лишь 28% прямо говорят, что по своей природе являются скорее ведомыми. Подобные результаты, по нашему мнению, в полной мере отражают человеческий субъективизм. Причины этого кроются в массовой популяризации понятия «лидер», стремлении к самовыражению и чрезмерно завышенной самооценке.

В то же время важно разделить лидерство в организации, пусть даже и неформальное, и лидерство досуговое и бытовое. Из всех сотрудников, относящих себя к лидерам, таковыми в рамках своей организации являются 30,9% респондентов; в рамках общественной, политической или религиозной организации – 4,5%; в компании знакомых и друзей – 35,5%; в собственной семье – 29,1%. Таким образом, к организационным лидерам относят себя 120 респондентов (24%) из 500 опрошенных, то есть практически каждый четвертый.

Чтобы оценить возможность реализации лидерской составляющей работников с активной жизненной позицией, им был задан следующий вопрос: «Насколько реально для Вас реализовать свою потребность в лидерстве в рамках Вашей организации?». Вариант «Реально, было бы лишь у меня самого желание» отметили 185 «лидеров» (54,4%). Оставшиеся 45,6% респондентов выбрали варианты «если бы...», «нереально» или затруднились с ответом, то есть изначально указали на зависимость от обстоятельств, что свидетельствует о наличии препятствий к подобной реализации.

Общие выводы из полученных в ходе исследования данных таковы:

1) понятия «лидер» и «лидерство» прочно вошли в обиход работников российских предприятий и организаций, в то же время преобладающей идеи о природе лидерства и лидеров «в народе» не существует;

2) большинство работников понимают необходимость наличия ведущей фигуры (лидера) в своей организации;

3) каждый четвертый специалист чувствует себя лидером в своей организации, при этом почти половина работников с лидерской составляющей заявляют о значительных трудностях в реализации этой составляющей на своем предприятии;

4) руководители предприятий и организаций в большей степени предстают лидерами в сознании подчиненных, чем их непосредственные руководители.

Приведенные выше данные в какой-то мере подтверждают тот факт, что собственники и руководители множества предприятий еще только выходят на уровень осознания того огромного потенциала, который заложен в стремлении наиболее активной прослойки их собственных работников воплотить на практике лидерскую составляющую своей личности, привести в окружающий мир новые нетрадиционные идеи, сплотить вокруг этих идей своих коллег и дать тем самым мощный импульс развитию любой организации или предприятия.

Медленно формируется парадигма управления, основанная на принципе делегирования полномочий сотрудникам всех уровней управленческой цепочки, создания действительно полицентрической системы управления в линейно-функциональной структуре организации с возможностью оперативного принятия решений работником, ответственным за выполнение конкретной задачи или ведение какого-либо проекта.